

Jmeno Prijmeni

datum

Jméno:	Pavel
Pohlaví:	Muž?
Střední škola:	Gymnázium Šternberk
Rodné místo:	Šternberk

Žít za 39,-

Bohumil Kartous

Žít za 39,- se stalo fenoménem rozvíjejícího se kapitalismu v ČR. Každý jistě ví, o čem je řeč, neboť vlezlé reklamní štíty vyvedené v kontrastních barvách pronásledují člověka na každém kroku jdouce kteroukoli lidnatější ulicí.

Tato realita bez pardonu vystřídala iluzorní představy o bulvárech koncipovaných podle vídeňské Anne-Marie Strasse, jejichž nedlouhý život ukončil ne tak nezáměr ze strany poptávky, jako spíše hluboké a děravé kapsy poptávajících - čímž jsme se velice rychle dostali k jádru problému.

Co umožnilo vzniknout obchodu, který popírá základní pravidla obchodnického cechu? Na první pohled paradoxně by se dalo říct, že to byla Smithova neviditelná, neslyšitelná a hlavně nešťastná ruka trhu, která už přes dvě staletí plní funkci mýtického elementu v jinak přísně exaktní a matematizované ekonomii. Byl to nesmlouvavý princip poptávky a nabídky, jenž zamával šátečkem útulným butikům a vystrachal z ekonomického undergroundu toto nepodařené dítě tržního hospodářství.

Navštívili jste někdy obchod podobného typu? Já nikoli. Až do chvíle, kdy jsem se stal součástí personálu jedné takové prodejny. Do té doby mi byla tato zkušenost utajena a proto jsem se nestačil divit. Na maloobchodní poměry obrovská kvanta lidí prodávající se mezi přeplněnými koši nepotřebných cetek, nekvalitních oděvů, nepoužitelných drobných pracovních nástrojů a obdivujících příšerně dekorativně zamýšlené leč zruďné předměty typu svíčka-puding.

Na rozdíl od značkových prodejen však většina příšedších není pouze pasivními zákazníky (ve smyslu nákupu), nýbrž téměř každý si "něco" odnese - nazouváky s týdenní garancí životnosti, šátek z nepoužitelného materiálu opatřený neskutečným designem, masivně vyhlížející nůžky, kterými neustříhnete nic jiného než tenký papír, ovšem pouze do chvíle, než se nenapravitelně rozpadnou. To vše bych ještě dokázal pochopit, kdyby...kdyby se většina těchto zákazníků s železnou pravidelností nevracela a neodnášela si domů další a další věci obdařené signanty určitého použití, avšak postrádající signovanou schopnost.

Pokud se zamyslím nad podstatou takového jevu, pak docházím k názoru, že oboustraně popírá základní tržně ekonomické principy. Na jedné straně stojí obchodník, který neprodává zboží, se kterým je odborně seznámen, a jež nelze zařadit do určité příbuzenské skupiny (např. drogerie, oděvy, bytové doplňky). Tento obchodník prodává zboží, o kterém ví, že je nekvalitní, přičemž však za něj nese stejnou odpovědnost, jako obchodník s kvalitním zbožím, totiž zákonnou záruku. Podle zákonů trhu by měl neoddiskutovatelně zkrachovat.

On však prosperuje, a jak. Jak je to možné, ptám se? K tomu je nutné prostudovat druhou stranu tržního vztahu, tedy zákazníka. Z hlediska společenské struktury se naši zákazníci rekrutují zejména z nižší střední, případně z nízkých vrstev obyvatelstva, včetně náhodných turistů z ekonomicky srovnatelných zemí, jejichž zařazení do společenské struktury by bylo totožné. V drtivé většině sem tento zákazník nepřichází pro nějakou konkrétní potřebnou věc, jak je tomu v maloobchodním styku obvyklé, nýbrž dostavuje se s přesvědčením, že utilitu případně zakoupeného zboží určí ex post - případy typu: "Koukej táto, takový hezký papuče, stejně už bys nějaký potřeboval". Tohle jednání signalizuje jediné - zákazník nenakupuje z potřeby, ačkoli koupené zboží by mělo nějakou potřebu uspokojovat a nakupuje navzdory vědomí, že toto zboží vzhledem ke své nízké kvalitě nemůže jeho potřeby uspokojit. Nakupuje tedy pouze proto, aby ukojil svou touhu po konzumentství, čímž se dostáváme k problému prosperity obchodníka, který ji čerpá z naprosto iracionálních pohnutek zákazníka.

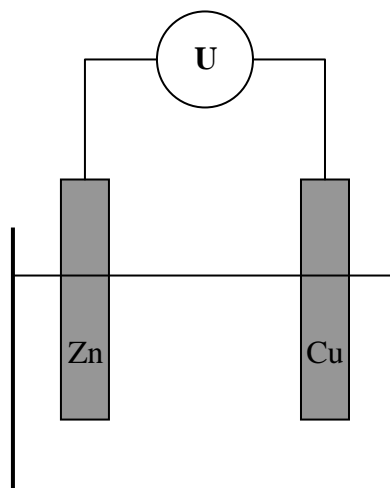
Že takový jev není v souladu s tržními principy, se nám vcelku viditelně zjevilo. On však není v souladu ani s dalšími souvisejícími kategoriemi. Takové jednání neprospívá kvalitě výroby, jelikož jediný důraz je kladen na cenu, která musí být co nejnižší, děj se co děj. Neprospívá ani životnímu prostředí, neboť jediným kritériem je kvantum a povaha materiálu či zpracování jdou stranou. Nepřispívá z hlediska etického, poněvadž obě strany vztahu jednají na základě uspokojování uměle vzniklé potřeby bez rozmyslu konzumovat, což je podporováno s jediným cílem, tedy namastit si kapsu.

A nakonec nepřispívá ani z hlediska daňového, což jsem si ověřil osobně. Při takové obchodní činnosti se dá velice dobře manipulovat s účetními doklady, pokud nějaké při uzavření kupní smlouvy (tedy zaplacením u pokladny) vůbec vzniknou. Tento fenomén je tedy veskrze společensky destruktivní a to jsem se ani nerozepisoval o dopadech na estetické vnímání a mnoha dalších, neméně významných. Otázka tedy zní, je-li jeho přínosnost nulová (nepočítám-li pochybné obohacení provozovatele), co opodstatňuje existenci takového paskvilu? Odpovědí se vrátím ke zdůvodnění prosperity majitele, čímž uzavírám smyčku tohoto vyprávění. Nezbývá, než si počkat, jak nafackuje "neviditelná ruka" trhu třeba veřejnoprávními médii nebo umění. Rozhodně to ale bude nářez.

Tabulka:

Měření odporu a náboje po sekundách				
n	U/V	I/A	R/ Ω	Q/C
1	1,1	1,5	0,73	1,5
2	1,2	1,4	0,86	2,9
3	0,9	1,2	0,67	4,1
4	1,0	1,1	0,91	5,3

Nákres:



Co by jste chtěli aby se na tomto předmětu učilo, případně jiné připomínky (alespoň 3 věci):

- Linux
- C&C
- UT

Rovnice:

$$R = \frac{U}{I}$$
$$Q = \int_0^t I dt$$